

以绩效为导向的H公司电商项目管理人员薪酬策略研究

王星辰

甘肃农业大学管理学院, 甘肃 兰州

收稿日期: 2025年4月11日; 录用日期: 2025年4月24日; 发布日期: 2025年5月28日

摘要

随着电商行业竞争的加剧, 如何通过合理的薪酬策略吸引、激励电商项目管理人员, 成为企业关注的重点。本文以H公司为研究对象, 围绕以绩效为导向的电商项目管理人员薪酬策略展开研究。通过对H公司现有薪酬体系的调研, 发现其存在绩效指标设定不合理、薪酬与绩效关联度低等问题, 难以有效激发员工积极性。借助文献研究、案例分析, 提出一套全新的以绩效为导向的薪酬策略: 明确岗位价值与绩效目标, 建立科学的KPI考核体系; 依据绩效评估结果, 合理调整薪酬结构, 拉大薪酬差距, 增强薪酬激励性。该策略在H公司的实践应用表明, 新策略不仅提升了员工工作积极性, 还优化了项目运营效率, 为电商企业制定科学合理的薪酬策略, 提升核心竞争力, 提供了可借鉴的思路与方法。

关键词

绩效管理, 电商项目, 薪酬策略

Research on Performance-Oriented Compensation Strategy for E-Commerce Project Management Personnel at H Company

Xingchen Wang

School of Management, Gansu Agricultural University, Lanzhou Gansu

Received: Apr. 11th, 2025; accepted: Apr. 24th, 2025; published: May 28th, 2025

Abstract

With the intensification of competition in the e-commerce industry, how to attract and motivate e-

commerce project managers through reasonable salary strategies has become a focus of attention for enterprises. This article takes H Company as the research object and focuses on the performance-based compensation strategy for e-commerce project managers. Through research on the existing salary system of Company H, it was found that there are problems such as unreasonable performance indicator settings and low correlation between salary and performance, which make it difficult to effectively stimulate employee motivation. Based on literature research and case analysis, we propose a new performance-based compensation strategy, clarify job value and performance goals and establish a scientific KPI assessment system; Based on the performance evaluation results, we adjust the salary structure reasonably, widen the salary gap, and enhance salary incentives. The practical application of this strategy in H company has shown that the new strategy not only improves employee work enthusiasm, but also optimizes project operation efficiency, provides a scientific and reasonable salary strategy for e-commerce enterprises, enhances core competitiveness, and provides reference ideas and methods.

Keywords

Performance Management, E-Commerce Projects, Compensation Strategies

Copyright © 2025 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

在数字化浪潮的席卷下，电商行业已然成为推动经济发展的强劲动力。据相关数据显示，过去几年全球电商市场规模持续扩张，年增长率颇为可观。中国作为全球最大的电商市场之一，2023 年网络零售额高达 15.45 万亿元，同比增长 11.4%。在如此蓬勃发展的行业态势下，H 公司积极投身电商领域，凭借创新的商业模式与优质的产品服务，在市场中崭露头角，业务覆盖多个品类，用户数量逐年递增。然而，随着市场竞争的日益白热化，H 公司电商项目也面临着严峻挑战。竞争对手不断推出优惠策略、拓展业务版图，对 H 公司的市场份额形成冲击。在人才竞争方面，电商行业人才供不应求，吸引和留住优秀人才成为企业发展的关键难题。人才流动频繁，竞争对手以高薪和优厚福利吸引人才，H 公司人才流失风险加剧。为应对挑战，H 公司电商项目需不断优化运营策略，提升核心竞争力。

2. 理论基础

2.1. 绩效导向相关理论

绩效导向，是以结果作为衡量工作成效的主要依据，重点关注提高绩效、实现目标和产出结果。在企业管理领域，绩效导向的理念至关重要，其核心在于将员工的工作表现与企业的战略目标紧密相连，通过明确、可衡量的绩效指标，引导员工的行为朝着实现企业的方向努力。

从员工角度而言，绩效导向为员工提供了清晰的工作方向。当员工明确知晓工作目标与绩效衡量标准时，能更有针对性地开展工作，合理分配时间和精力，从而有效提高工作效率和质量。以 H 公司电商项目为例，若设定销售额、客户满意度等明确的绩效指标，项目管理人员便能清楚了解工作重点，制定相应策略以提升销售业绩和客户服务水平[1]。同时，绩效导向激发员工的自我驱动力。当员工的工作成果能得到客观公正的评价，并与个人回报挂钩时，他们会更积极主动地投入工作，追求更高的绩效，努力提升自身能力，以实现个人职业发展目标。

对企业来说,绩效导向促进企业战略目标的实现。通过将企业战略目标层层分解为具体的绩效指标,落实到每个部门和员工身上,确保员工的工作与企业整体战略方向一致,形成强大的合力,推动企业朝着既定目标前进。在 H 公司电商项目中,若企业战略是拓展市场份额,那么项目管理人员可围绕这一目标制定市场推广、客户拓展等方面的绩效指标,带领团队努力实现目标。并且,绩效导向有助于优化企业资源配置。依据绩效评估结果,企业能了解各部门和员工的工作成效,从而合理分配资源,将资源集中投入到绩效高、效益好的业务领域和团队,提高资源利用效率,增强企业的竞争力[2]。

绩效导向的实现依赖于科学合理的绩效管理体系。这一体系涵盖目标设定、绩效评估、反馈与改进等关键环节。目标设定要遵循 SMART 原则,即具体(Specific)、可衡量(Measurable)、可达成(Attainable)、相关联(Relevant)、有时限(Time-bound),确保目标明确且具有可操作性[3]。绩效评估应采用多元化的评估方法,如定量考核与定性评价相结合、360 度评估等,以保证评估结果的客观公正。及时有效的反馈与改进环节,能让员工了解自身工作的优点与不足,明确改进方向,不断提升绩效。

2.2. 薪酬策略相关理论

薪酬策略是企业为实现人力资源管理目标,在薪酬管理方面所采取的指导原则和行动方针,它将企业战略和目标、文化、外部环境有机结合,对薪酬管理的各个环节起到指导作用。

薪酬策略类型丰富多样,其中市场导向型薪酬策略以市场薪酬水平为基础,通过调研同行业或相似企业的薪酬水平,确保企业薪酬水平与市场接轨,具有竞争力,能吸引和留住优秀人才,但可能因过度依赖市场而忽视员工个人表现,导致经营成本增加。员工导向型薪酬策略以员工为核心,依据员工的能力、表现和贡献制定个性化薪酬政策,可提高员工满意度和忠诚度,激励员工提升绩效,但管理难度较大,易引发员工间的不公平感[4]。混合型薪酬策略则融合了市场导向型和员工导向型的特点,既保证薪酬水平与市场接轨,又能激励员工提高绩效,实现员工个性化薪酬政策,但制定和管理过程复杂,需合理平衡两种策略。

薪酬策略包含多个关键要素。薪酬水平策略决定企业相对于当地市场薪酬行情和竞争对手薪酬水平的定位,可选择领先型、跟随型、滞后型或混合型。领先型薪酬策略高于市场薪酬中位水平,能吸引大量精英人才,如华为以高薪吸引优秀毕业生,为企业发展储备人才;跟随型与市场薪酬中位水平基本持平,是多数企业的选择,可控制成本并保持一定人才吸引力;滞后型低于市场薪酬中位水平,风险较高,初创企业或特殊发展阶段的企业可能采用,常配合股权激励等措施;混合型则针对不同部门、岗位和人才采用不同薪酬水平策略[5]。薪酬结构策略涉及薪酬的横向和纵向架构。横向架构指薪酬的组成部分及比例,如绩效薪酬和基本薪酬的比例变化可形成不同的薪酬模型;纵向架构包括薪酬层级数量及层级间关系,通过幅宽、级差和重叠度等变量体现。薪酬差别策略关注不同职类、人员之间的薪酬差异,以及是否采用平均策略,避免“一刀切”的薪酬分配方式,以适应不同岗位和人员的需求。

薪酬策略与绩效导向紧密相关。合理的薪酬策略能有效支持绩效导向的实现,将薪酬与绩效挂钩,可激励员工积极追求高绩效。当员工的绩效表现直接影响薪酬水平时,他们会更有动力提高工作效率和质量,实现企业的绩效目标[6]。例如,采用绩效奖金、股权激励等方式,对高绩效员工给予丰厚的薪酬回报,能激发员工的工作积极性和创造力。绩效导向也为薪酬策略的制定提供依据,通过对员工绩效的评估和分析,企业可了解员工的工作价值和贡献,从而制定更加公平、合理的薪酬策略,使薪酬分配更具针对性和激励性。

3. H 公司电商项目管理现状

3.1. 电商项目管理现状

H 公司的电商项目类型丰富多样,涵盖新品推广项目、促销活动项目、平台优化项目等。新品推广

项目旨在将新引进的商品推向市场，提高产品的知名度和销量；促销活动项目通过策划各种促销活动，如“双 11”“618”等，吸引消费者购买，提升销售额；平台优化项目则专注于提升电商平台的用户体验，包括界面设计优化、功能改进等。

在项目运作流程上，首先是项目启动阶段，相关部门提出项目需求，进行市场调研和可行性分析，确定项目目标和范围，制定项目计划。接着进入项目执行阶段，各部门按照计划分工协作，采购部门负责商品采购，运营部门负责平台运营和推广，技术部门保障平台的稳定运行，客服部门提供优质的客户服务。在项目执行过程中，通过定期召开项目会议、使用项目管理工具等方式，对项目进度、质量、成本等进行监控和管理，及时解决出现的问题。项目结束后，进行项目验收和评估，总结经验教训，为后续项目提供参考。

H 公司电商项目团队由项目经理、运营人员、技术人员、客服人员、数据分析人员等组成。项目经理负责项目的整体规划、协调和管理，确保项目按时、按质完成；运营人员负责电商平台的日常运营和推广，制定营销策略，提高平台流量和转化率；技术人员负责平台的开发、维护和升级，保障平台的稳定性和安全性；客服人员负责解答客户咨询、处理客户投诉，提升客户满意度；数据分析人员通过对平台数据的分析，为项目决策提供数据支持，优化项目运营策略。团队成员之间分工明确，但也存在一些问题，如沟通协作不够顺畅，信息传递存在延迟，不同部门之间的目标和利益有时难以协调一致，影响项目的整体推进效率。

3.2. 现有薪酬策略分析

H 公司电商项目管理人员的薪酬体系主要由基本工资、绩效工资、奖金和福利组成。基本工资根据岗位等级和工作经验确定，是薪酬的固定部分，为员工提供基本的生活保障；绩效工资与个人绩效评估结果挂钩，旨在激励员工提高工作绩效；奖金包括项目奖金、年终奖金等，根据项目完成情况和公司业绩发放；福利涵盖五险一金、带薪年假、节日福利等，增强员工的归属感。

与同行业相比，H 公司电商项目管理人员的薪酬水平处于中等位置。对于一些核心岗位和关键人才，薪酬竞争力略显不足，在吸引和留住优秀人才方面存在一定压力。例如，在行业内，一些经验丰富的电商项目经理，在其他公司可能获得更高的薪酬和更好的福利待遇，这使得 H 公司在人才竞争中处于劣势。

薪酬调整机制方面，H 公司主要依据员工的年度绩效评估结果和公司的盈利状况进行薪酬调整。一般情况下，绩效评估结果优秀的员工有机会获得较大幅度的薪酬增长，而绩效评估结果较差的员工薪酬增长幅度较小甚至可能没有增长。但这种调整机制存在一定的局限性，缺乏对市场薪酬水平变化的及时响应，调整周期较长，不能很好地适应市场动态和员工需求。而且，绩效评估标准不够科学合理，存在主观因素影响评估结果的情况，导致薪酬调整的公平性受到质疑。

4. 以绩效为导向的薪酬策略设计

4.1. 设计原则

公平性是薪酬策略设计的基石，涵盖内部公平与外部公平。内部公平要求依据岗位价值、职责和员工的工作表现，合理确定薪酬水平，确保从事相同或相似工作的员工获得相近的薪酬待遇。通过科学的岗位评估方法，如因素计点法，对各岗位的技能要求、责任大小、工作难度等因素进行量化评估，确定岗位价值，为薪酬分配提供客观依据[7]。外部公平则强调企业薪酬水平与同行业市场薪酬水平保持相对一致。H 公司应定期开展市场薪酬调查，收集同行业类似电商项目管理人员的薪酬数据，了解市场薪酬动态和趋势，确保公司薪酬具有竞争力，以吸引和留住优秀人才。若 H 公司薪酬水平显著低于市场平均水平，可能导致人才流失；而过高的薪酬水平则会增加企业成本，降低企业的盈利能力。

激励性是绩效导向薪酬策略的核心,旨在激发员工的工作积极性和创造力。将薪酬与绩效紧密挂钩,使员工清楚认识到高绩效能带来高回报。例如,设立绩效奖金制度,根据员工的绩效评估结果发放相应奖金,绩效优秀的员工可获得丰厚奖金,而绩效不佳的员工则奖金较少甚至没有。同时,设置多元化的激励方式,除了物质激励,还应注重精神激励,如荣誉称号、晋升机会、培训发展等。为表现出色的员工提供晋升机会,让他们承担更多责任,实现个人职业发展目标;为员工提供专业培训课程,帮助他们提升技能和知识水平,增强员工的归属感和忠诚度。

灵活性也是薪酬策略设计不可或缺的原则,要求薪酬体系能够根据企业内外部环境的变化及时调整。企业战略调整、业务发展阶段变化、市场竞争态势改变等因素,都可能对薪酬策略产生影响。当H公司拓展新的电商业务领域时,可能需要对相关项目管理人员的薪酬结构和水平进行调整,以吸引和激励具备新领域知识和经验的人才。薪酬体系应具有一定的弹性,能够适应不同岗位和员工的需求。对于一些创新性较强的岗位,可以采用更灵活的薪酬模式,如项目提成、股权激励等,以激发员工的创新活力。

4.2. 绩效指标体系构建

业务指标是衡量电商项目管理人员工作成效的关键指标,直接反映项目的运营业绩和市场竞争能力。销售额是核心业务指标之一,它体现了电商项目在一定时期内的销售成果,反映了市场对产品或服务的需求程度以及项目的市场拓展能力。H公司电商项目可设定月度、季度和年度销售额目标,并根据实际完成情况对管理人员进行考核。销售增长率也是重要指标,它反映了销售额的增长趋势,体现了项目的市场拓展速度和业务发展潜力。通过与历史数据和行业平均水平对比,评估销售增长率的优劣,激励管理人员积极开拓市场,提高销售额。客户满意度关乎电商项目的长期发展,满意的客户更有可能成为忠实客户,为企业带来持续的业务增长。H公司可通过客户问卷调查、在线评价等方式收集客户反馈,评估客户满意度,促使管理人员关注客户需求,提升服务质量。

团队管理指标体现电商项目管理人员的领导能力和团队协作能力,对团队的整体绩效和凝聚力起着关键作用。团队成员的绩效表现是衡量管理人员管理水平的重要依据,优秀的管理人员能够合理分配工作任务,激发团队成员的工作积极性,提高团队整体绩效[8]。H公司可通过对团队成员的个人绩效评估结果进行汇总和分析,评估管理人员在团队管理方面的成效。团队协作效率反映团队成员之间的沟通、协调和配合程度,高效的团队协作能够提高工作效率,快速响应市场变化。H公司可通过观察团队在项目执行过程中的协作情况、项目进度的完成情况等方面,评估团队协作效率,引导管理人员注重团队建设,加强团队成员之间的沟通与协作。人才培养与发展体现管理人员对团队成员职业发展的关注和支持,有助于提升团队的整体素质和竞争力。H公司可考察管理人员为团队成员制定的职业发展规划、提供的培训机会和指导等方面,评估其在人才培养与发展方面的贡献,激励管理人员积极培养和发展团队人才。

4.3. 薪酬结构优化

为了强化薪酬的激励作用,H公司应适当提高绩效工资在薪酬总额中的占比。在现行薪酬结构中,若基本工资占比较大,而绩效工资占比相对较小,员工的薪酬受绩效影响不明显,难以充分调动员工的工作积极性。通过增加绩效工资占比,将员工薪酬与工作绩效紧密相连,使员工清楚认识到个人努力和工作成果直接决定薪酬水平,从而激发员工为实现更高绩效而努力工作。根据岗位性质和工作特点,可将绩效工资占比设定在30%~50%之间。对于销售类岗位,由于其工作成果易于量化,绩效工资占比可适当提高,如设定为40%~50%;对于职能支持类岗位,绩效工资占比可相对较低,设定在30%~40%之间。

除了短期激励,H公司还应引入股权激励等长期激励措施,将员工的利益与公司的长期发展紧密结合。股权激励是一种通过给予员工公司股票或股票期权,使员工成为公司股东,分享公司成长收益的激

励方式。员工持有公司股票后，其个人利益与公司的长期利益息息相关，会更加关注公司的战略规划、经营业绩和市场竞争能力，积极为公司的长期发展贡献力量。对于电商项目管理人员，H 公司可根据其职位等级、绩效表现和对公司的贡献程度，授予一定数量的股票或股票期权。设定合理的行权条件和行权期限，如要求管理人员在公司工作满一定年限，且公司业绩达到一定目标后才能行权，以确保股权激励的长期激励效果。通过实施股权激励，不仅可以吸引和留住优秀的电商项目管理人才，还能增强员工的归属感和忠诚度，促进公司的长期稳定发展。

4.4. 薪酬水平确定

市场薪酬调查是确定 H 公司电商项目管理人员薪酬水平的重要依据。H 公司应定期收集同行业、同地区类似电商项目管理人员的薪酬数据，了解市场薪酬动态和趋势。可通过专业的薪酬调研机构获取数据，也可参考招聘网站上同类型岗位的薪酬信息，还可与行业内其他企业进行交流，获取一手资料。分析调查数据时，要关注不同企业的规模、发展阶段、业务模式等因素对薪酬水平的影响，以及不同岗位的职责、技能要求和绩效标准与薪酬的关系。例如，规模较大、处于快速发展阶段的电商企业，其项目管理人员的薪酬水平可能相对较高；而业务模式创新、对技术要求较高的岗位，薪酬水平也会相应提高。

在参考市场薪酬水平的基础上，H 公司还需结合自身实际情况确定合理的薪酬水平。考虑公司的财务状况，确保薪酬支出在公司可承受范围内，不影响公司的正常运营和发展。若公司财务状况紧张，盲目提高薪酬水平可能导致资金链断裂；而若财务状况良好，适当提高薪酬水平可增强公司的人才竞争力。依据公司的战略目标和发展规划，确定薪酬策略。若公司处于市场拓展阶段，需要吸引大量优秀人才，可采取领先型薪酬策略，提供高于市场平均水平的薪酬；若公司处于稳定发展阶段，可采用跟随型薪酬策略，保持与市场平均水平相当的薪酬。还应考虑公司的文化和价值观，营造公平、公正、积极向上的薪酬文化，使薪酬体系符合公司的文化理念，促进员工的凝聚力和归属感。

5. 薪酬策略实施与保障措施

5.1. 实施步骤

在正式推行新的薪酬策略之前，H 公司应组织专门的培训会议，向电商项目管理人员详细介绍新薪酬策略的设计理念、目标和具体内容。通过面对面的交流，解答员工的疑问，确保他们充分理解新策略的意义和影响。制作详细的宣传资料，如宣传手册、海报等，发放给员工，让他们可以随时查阅。在公司内部网站、办公软件等平台上发布相关信息，方便员工了解新薪酬策略的动态和要点。例如，在公司内部网站设置薪酬策略专栏，发布政策解读文章、常见问题解答等内容。

在小范围内进行新薪酬策略的试运行，选取部分具有代表性的电商项目团队作为试点。对试点团队的薪酬进行调整，按照新的绩效指标体系和薪酬结构进行核算和发放。在试运行期间，密切关注试点团队员工的反应和意见，收集他们在薪酬计算、绩效评估等方面遇到的问题。定期组织试点团队员工进行座谈会，听取他们的反馈，及时解决问题。同时，对试点团队的工作绩效和业务成果进行跟踪评估，对比试运行前后的变化，分析新薪酬策略的实施效果。根据试点团队的反馈和评估结果，对新薪酬策略进行优化和完善，确保其科学性和可行性。

在经过充分的宣传培训和试运行优化后，正式在 H 公司电商项目管理团队中全面推行新的薪酬策略。按照新的薪酬策略，对所有电商项目管理人员的薪酬进行调整和发放。明确薪酬调整的时间节点和操作流程，确保薪酬调整工作的顺利进行。加强对新薪酬策略实施过程的监督和管理，及时发现和解决出现的问题。建立投诉处理机制，接受员工对薪酬问题的投诉和建议，及时进行调查和处理，保障员工的合法权益。定期对新薪酬策略的实施效果进行评估和总结，为后续的调整和优化提供依据。

5.2. 沟通与培训

在新薪酬策略制定过程中,通过问卷调查、员工座谈会等方式,广泛收集电商项目管理人员的意见和建议。在问卷调查中,设置关于薪酬结构、绩效指标、薪酬水平等方面的问题,了解员工的期望和需求。在员工座谈会上,鼓励员工畅所欲言,表达对现有薪酬体系的看法和对新策略的建议。及时向员工反馈意见采纳情况,对于未采纳的意见,要给予合理的解释,增强员工的参与感和认同感。

在新薪酬策略实施前,组织全体电商项目管理人员参加薪酬策略解读会议。由人力资源部门负责人详细讲解新薪酬策略的背景、目标、具体内容和实施步骤。运用图表、案例等方式,使讲解更加生动形象,便于员工理解。在会议上,设置问答环节,及时解答员工的疑问。实施过程中,持续与员工保持沟通,通过一对一沟通、小组会议等形式,了解员工在薪酬方面的困惑和问题。对于个别对薪酬策略存在疑虑的员工,进行单独沟通,深入了解他们的想法,提供针对性的解决方案。同时,定期收集员工的反馈意见,根据实际情况对薪酬策略进行调整和优化。

针对新薪酬策略,开展专门的培训课程,帮助电商项目管理人员更好地理解和应用。培训内容包括绩效指标体系的解读、薪酬结构的变化、薪酬计算方法等。邀请专业的培训师进行授课,通过案例分析、模拟演练等方式,提高培训的效果。例如,在绩效指标体系解读培训中,结合实际项目案例,分析如何确定关键绩效指标以及如何进行绩效评估。在薪酬计算方法培训中,通过模拟薪酬计算过程,让员工熟悉新的计算方式。为员工提供操作指南和工具,如绩效评估表格、薪酬计算模板等,方便他们在实际工作中应用。定期组织培训效果评估,通过考试、实际操作考核等方式,检验员工对培训内容的掌握程度,对未达到要求的员工进行再次培训。

5.3. 监控与评估

建立完善的监控机制,密切关注新薪酬策略的实施情况。每月对电商项目管理人员的薪酬数据进行统计和分析,包括薪酬水平、薪酬结构、绩效工资发放情况等。对比不同部门、不同岗位的薪酬数据,检查是否存在薪酬不公平或不合理的情况。例如,通过数据分析发现某个部门的绩效工资普遍偏低,可能是由于该部门的绩效评估标准过于严格,需要进一步调查和调整。每季度对绩效评估结果进行审核,确保评估过程的公正性和客观性。检查绩效评估指标的完成情况,分析员工的绩效表现与薪酬之间的关系,及时发现绩效评估中存在的问题。

每半年对薪酬策略的实施效果进行全面评估。从员工满意度、工作绩效、人才流失率等多个维度进行评估。通过问卷调查、员工访谈等方式,了解员工对薪酬策略的满意度。调查员工对薪酬水平、薪酬结构、绩效与薪酬挂钩的合理性等方面的看法。分析员工的工作绩效数据,对比薪酬策略实施前后的绩效变化,评估薪酬策略对工作绩效的激励作用。统计人才流失率,观察薪酬策略实施后是否对人才流失产生影响。根据评估结果,总结薪酬策略实施过程中的经验和教训,找出存在的问题和不足之处。针对问题提出改进措施和建议,为薪酬策略的调整和优化提供依据。根据企业战略调整、市场变化等因素,及时对薪酬策略进行动态调整,确保其始终符合企业发展的需求。

5.4. 风险应对

新薪酬策略可能导致部分员工的薪酬发生变化,从而引发不满情绪。对此,H公司应在薪酬策略调整前,充分进行沟通,向员工解释调整的原因和目的,争取员工的理解和支持。在沟通中,要坦诚地告知员工薪酬调整的依据和标准,让员工了解调整的公平性。对于因薪酬调整而受到影响的员工,进行一对一的沟通,倾听他们的诉求,根据实际情况给予合理的补偿或调整方案。例如,对于绩效优秀但薪酬调整后收入下降的员工,可以考虑给予额外的奖励或晋升机会。建立有效的投诉处理机制,及时受理员

工的投诉,认真调查处理,反馈处理结果,维护员工的合法权益。

薪酬策略的实施需要一定的成本投入,如绩效奖金的增加、股权激励的实施等,可能会对企业的财务状况产生影响。H 公司应在制定薪酬策略时,进行充分的财务预算和分析,评估薪酬策略对企业成本的影响程度。根据企业的财务状况和承受能力,合理确定薪酬水平和薪酬结构,确保薪酬策略的可行性。在实施过程中,加强成本控制,优化薪酬支出结构,提高薪酬成本的使用效率。例如,通过合理设置绩效奖金的发放条件和标准,避免奖金的过度发放。定期对薪酬成本进行核算和分析,及时发现成本超支的风险,采取相应的措施进行调整和控制。如通过提高员工绩效、优化业务流程等方式,提高企业的经济效益,以缓解薪酬成本压力。

6. 结语

本研究深入剖析了 H 公司电商项目管理人员的薪酬策略,以绩效导向为核心,结合相关理论和分析,提出了一系列具有针对性的优化建议。研究表明,科学合理的薪酬策略对 H 公司电商项目的发展具有关键作用。通过构建以绩效为导向的薪酬策略,明确绩效指标体系,优化薪酬结构,合理确定薪酬水平,并采取有效的实施与保障措施,能够有效吸引和留住优秀管理人才,激发员工的工作积极性和创造力,提升工作绩效,从而增强 H 公司电商项目在激烈市场竞争中的核心竞争力。

参考文献

- [1] 夏云龙. 企业绩效导向下薪酬分配机制的创新研究——基于 X 公司的案例分析[J]. 中文科技期刊数据库(全文版)经济管理, 2025(1): 82-85.
- [2] 黄祎. 高管利益相关者导向与下属行为之间关系的实证分析[J]. 技术经济, 2024, 43(4): 118-131.
- [3] 马喜芳, 芮正云, 梁爽. 长期导向绩效工资制与组织创造力: 组织结构的调节作用[J]. 科学学与科学技术管理, 2023, 44(8): 132-147.
- [4] 黄顺春, 凌金云. 基于扎根理论的企业非货币性薪酬激励路径[J]. 中国流通经济, 2023, 37(10): 90-102.
- [5] 王欢. 现代企业薪酬体系优化策略探究[J]. 大众商务, 2024(1): 166-168.
- [6] 张婉婷. 基于公平理论的企业薪酬激励优化策略研究——以 D 基金公司为例[J]. 企业改革与管理, 2023(23): 52-54.
- [7] 刘旭, 刘丽华, 李腾. 基于员工绩效导向的弹性预算体系设计——以 JSCG 设计院的实践为例[J]. 会计之友, 2021(3): 85-90.
- [8] 董辉, 胥朝阳, 田辉玉. 基于 BMK 和 KPI 的地方高校预算绩效指标体系构建[J]. 财会通讯, 2023(12): 173-176.